

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan, dan asumsi yang penulis berikan dalam penelitian ini.

### 1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat pada era globalisasi sekarang ini, intensitas persaingan berskala global menuntut sebuah industri harus meningkatkan daya saingnya, baik dalam industri yang bergerak di bidang manufaktur maupun di bidang jasa. Salah satu jenis industri yang mengalami persaingan global adalah industri otomotif. Di Indonesia, industri otomotif merupakan salah satu industri yang menopang ekonomi bangsa.

Selama beberapa tahun terakhir ini penjualan kendaraan di Indonesia meningkat pesat dalam setiap tahunnya. Kenaikan persentase pertumbuhan jumlah mobil penumpang pertahun cukup signifikan dengan rata-rata peningkatan 9,6% setiap tahunnya (BPS, 2013). Dengan tingkat pertumbuhan sebesar itu, prospek industri otomotif di Indonesia sangat menjanjikan yang membuat daya tarik tersendiri bagi investor. Berbagai pabrikan kendaraan yang berasal dari berbagai negara telah menanamkan investasinya untuk melakukan penjualan kendaraan bermotor roda 4 di Indonesia.

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil di Indonesia

Tahun	Mobil (Unit)
2006	6035291
2007	6877229
2008	7489852
2009	7910407
2010	8891041
2011	9548866
2012	10432259

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2013)

Dengan jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat sampai menyentuh angka 236 juta pada tahun 2010 (BPS, 2010) yang tersebar di 34 Provinsi, investor industri kendaraan bermotor bergerak untuk melakukan ekspansi ke berbagai daerah di Indonesia. Investor melihat bahwa di samping DKI Jakarta, kebutuhan masyarakat daerah lain akan kendaraan bermotor roda 4 sangat tinggi. Pasar yang ada di daerah

sangat terbuka lebar untuk pemasaran kendaraan bermotor roda 4, sehingga berbagai pabrikan kendaraan berlomba-lomba untuk masuk ke daerah tersebut dan mengambil kesempatan untuk memasarkan kendaraan sesuai dengan segmen yang mereka tuju.

PT Astra International Tbk-Daihatsu merupakan Agen Pemegang Merek Daihatsu di Indonesia, yang merupakan sebuah merek dalam industri otomotif global. PT Astra International Tbk-Daihatsu merupakan hasil *joint venture* antara *Daihatsu Motor Company* dengan *Astra International*. PT Astra International Tbk-Daihatsu cabangnya di Kabupaten Malang dengan nama PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang. PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang memiliki dua bagian utama yaitu bagian penjualan serta bagian bengkel dan suku cadang. Divisi bengkel menjadi salah satu ujung tombak perusahaan karena berhadapan langsung dengan pelanggan. Segala kerusakan yang terjadi pada kendaraan serta perawatan rutin yang harus dilakukan, ditangani langsung oleh divisi bengkel. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh divisi bengkel harus semaksimal mungkin demi menjaga kepuasan pelanggan.

Kunci dalam memenangi persaingan bisnis dapat diwujudkan salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal bagi pelanggan. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan suatu pabrikan kendaraan maka pelayanan yang diberikanpun harus meningkat demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan citra dari pabrikan kendaraan tersebut. Jika kualitas pelayanan buruk maka pelanggan akan malas menggunakan jasa tersebut. Pada dasarnya kualitas bersifat subjektif. Masing-masing individu mempunyai parameter kualitas yang berbeda-beda. Namun dengan melakukan survei terhadap pelanggan, pelaku industri otomotif dapat mengetahui mayoritas kebutuhan pelanggan terhadap pelayanannya. Dengan mengetahui hal tersebut maka pelaku industri otomotif akan dapat melakukan peningkatan-peningkatan dalam berbagai aspek.

Tingkat kepuasan pelanggan bengkel dapat diwujudkan jika persepsi terhadap performansi melebihi ekspektasi terhadap kepuasan pelanggan sebelum memakai jasa tersebut. Karena hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan sudah seharusnya menjadi perhatian pihak bengkel, maka dari itu perlu dilakukan analisis antara kepentingan (*importance*) pelanggan dengan kepuasan terhadap performansi (persepsi), dimana terdapat 5 dimensi kualitas jasa dalam Tjiptono (1996) yang digunakan sebagai bahan acuan penilaian kualitas layanan yang diberikan, yaitu bukti fisik (*tangibles*),

keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Berdasarkan hasil dari kuesioner terbuka terhadap 30 pelanggan bengkel, terdapat 22 responden yang masih menganggap bahwa pelayanan yang diberikan pihak bengkel masih terdapat kekurangan dan harus ditingkatkan. Keluhan yang dikemukakan oleh pelanggan disajikan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan Bengkel Daihatsu Malang

No.	Keluhan	Jumlah
1	Waktu tunggu mendapatkan pelayanan Service Advisor yang lama	7
2	Permasalahan pada fasilitas ruang tunggu	6
3	Lahan parkir yang kurang luas	5
4	Permasalahan pada pelayanan terhadap pelanggan oleh karyawan bengkel	3
5	Permasalahan pada pelayanan setelah <i>service</i>	3
6	Lahan parkir yang kurang luas	2
<b>Jumlah</b>		<b>26</b>

Sumber: Data Primer

Keluhan pelanggan ini tidak dapat dibiarkan begitu saja, karena hal ini akan berdampak negatif terhadap persepsi konsumen (pelanggan) divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang. Adanya keluhan pelanggan menandakan adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan divisi bengkel yang dilakukan oleh PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang.

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang mengacu pada pengaduan atau kritik yang disampaikan pelanggan kepada *Service Advisor* divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang. Namun hal tersebut belum mewakili sepenuhnya untuk mengukur kepuasan pelanggan. Karena berdasarkan hasil kuesioner masih terdapat beberapa keluhan yang tidak diterima secara langsung oleh pihak *service advisor* divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang. Selain itu divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang juga belum mempertimbangkan urutan prioritas perbaikan kualitas dari pengaduan pelanggan bengkel.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait dengan peningkatan kualitas pelayanan pada industri manufaktur maupun jasa dijelaskan beberapa metode yang dapat membantu memberikan arahan atas solusi dalam meningkatkan kualitas pelayanan diantaranya adalah penelitian yang ditulis oleh Ramadhani, dkk (2013) mengenai peningkatan kualitas pelayanan RSIA melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV); Iriani (2007) melakukan penelitian mengenai jenis pelayanan apa yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya melalui metode SERVQUAL dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang yang lebih baik, perlu dilakukan analisis tingkat kualitas pelayanan yang mewakili keadaan sesungguhnya serta perbaikan kualitas pelayanan yang terarah. Oleh karena itu pemahaman pelaku industri otomotif terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang dilayani merupakan hal yang sangat penting. Untuk itu dalam analisis tingkat kualitas pelayanan, konsumen diminta untuk menilai lima dimensi kualitas jasa dalam SERVQUAL yang mempengaruhi ekspektasi dan performansi dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan bengkel PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang.

Dari hasil penilaian pelanggan bengkel maka akan didapatkan nilai kesenjangan atau nilai gap dari hasil perhitungan SERVQUAL. Kemudian dilakukan pembuatan diagram *importance-performance analysis* sebagai gambaran hubungan tingkat kepentingan dari suatu kriteria penilaian dengan tingkat performansi melalui 4 kuadran yang kemudian akan dilakukan perhitungan *Potential Gain in Customer Value* untuk menentukan skala prioritas perbaikan layanan dari setiap kriteria penilaian.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah yang penulis lakukan adalah sebagai berikut.

1. Masih terdapat keluhan-keluhan pelanggan bengkel terkait dengan pelayanan yang diterima, sehingga kepuasan pelanggan masih belum maksimal.
2. Belum diketahui tingkat kepuasan pelanggan bengkel atas pelayanan yang diberikan Divisi Bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang

3. Belum adanya pertimbangan prioritas usulan perbaikan kualitas berdasarkan pengaduan dan kritik pelayanan bengkel dari pelanggan divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diterima (performansi) dengan yang diharapkan oleh pelanggan divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang dengan metode *Service Quality* (SERVQUAL)?
2. Kriteria penilaian apa saja yang masuk ke dalam 4 buah kuadran *Importance-performance Analysis*?
3. Apa saja prioritas pertimbangan usulan perbaikan kualitas pada divisi bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang menggunakan metode *Importance-performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value*?
4. Rekomendasi apa yang dapat diberikan pihak manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui seberapa jauh tingkat perbedaan nilai antara performansi dan ekspektasi pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh PT Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang melalui analisa skor gap SERVQUAL.
2. Mengetahui kriteria penilaian yang masuk ke dalam kuadran dalam 4 buah kuadran *Importance-performance Analysis*
3. Mengetahui kriteria-kriteria yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas jasa layanannya dengan mempertimbangkan tingkat performansi dan tingkat kepentingan pelanggan atas layanan yang diberikan menggunakan metode *Importance-performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value*.
4. Memberikan rekomendasi perbaikan dari hasil penelitian terhadap divisi bengkel PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah membantu perusahaan untuk mengetahui penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan serta mengetahui rekomendasi perbaikan pelayanan berdasarkan kriteria-kriteria penilaian yang menjadi prioritas perbaikan layanan.

### 1.6 Batasan Masalah

Untuk mempermudah pemecahan masalah, perlu disusun beberapa batasan masalah yang berkaitan dengan permasalahan. Hal ini dilakukan untuk mempertegas atribut-atribut yang menjadi pusat perhatian, sehingga dapat menunjukkan kedudukan permasalahan. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Responden dari kuesioner penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Daihatsu Arjosari Malang yang sudah pernah melakukan *service* di bengkel tersebut.
2. Gap yang dianalisis dalam *Service Quality* hanya gap tipe 5.
3. Analisis pembahasan yang dilakukan hanya berdasarkan kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran II dan III IPA yang kemudian diukur berdasarkan skala prioritas PGCV.

### 1.7 Asumsi-asumsi

Penulis menetapkan beberapa asumsi dalam penulisan skripsi ini antara lain sebagai berikut.

1. Variabel-variabel yang diteliti dianggap sesuai dengan kondisi pelayanan yang berlaku pada perusahaan yang menjadi objek penelitian.
2. Proses perbaikan bengkel dianggap berjalan secara normal.